

OSA - Barometro

Executive Summary
Febbraio 2015



Barometro OSA – Executive Summary

Febbraio 2015 - Out-of-Stock al 3,5% e Vendite Perse al 4,1%

- Il mese di Febbraio 2015 segna un Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato pari al 3,5%, in calo rispetto al dato osservato nel mese precedente, (-0,4 pti) piuttosto in linea rispetto allo stesso mese del 2015 (-0,1pti). Tutti i reparti registrano un trend positivo rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, solo l'Ortofrutta risulta in forte aumento di 1,3 punti. Il tasso di OOS da inizio anno si attesta al 3,6% - in leggero calo rispetto al 2015 (0,1pti). Questa tendenza è confermata da quasi tutti i reparti - in particolare dal Freddo (-0,8pti) che registra le migliori performance. La Drogheria Alimentare e il Cura Persona rimangono stabili, gli unici reparti che segnalano una modestissima crescita dell'OOS di 0,1pti sono il Cura Casa e Pet Care.
- La % di Vendite Perse a Febbraio è pari al 4,1% in leggerissimo calo su Gennaio (+0,1pti) ma in riduzione di 0,4 pti sul valore di Febbraio 2015. Tutti i Reparti mostrano segnali positivi sul 2015 - con l'impatto delle Vendite perse che si riduce di un valore tra gli 0,1 pti del fresco e i 1 pto del Freddo.

Le Dinamiche dei Canali

- A Febbraio quasi tutti i canali hanno segnalato un comportamento omogeneo per trend con OOS in diminuzione di 0,4pti sul 2015 per i Super Grandi (OOS al 3,6%), di 0,2pti nei Super Piccoli (OOS al 3,2%), mentre gli Ipermercati (OOS al 4,2%) risultano stabili. Tutti i canali registrano un miglioramento rispetto al mese di Gennaio.
- Il consolidato Gennaio-Febbraio riporta il valore di OOS pari al 3,6%, in leggero miglioramento rispetto al 2015 (+0,1 pti) e con i canali molto allineati rispetto al valore a totale Italia: Super Grandi al 3,6% (-0,1pti), Super Piccoli al 3,2% (0,2pti). Solo gli Ipermercati risultano in aumento di 0,3pti (OOS 4,4%). Negli Ipermercati registriamo un generale aumento rispetto al consolidato del 2015 tranne nei reparti del Freddo e Ortofrutta. Nei Super Grandi al contrario registriamo un aumento solo nella Drogheria Alimentare, risultano stabili il Pet care, il chimico e le Bevande; in calo il freddo, il fresco e l'ortofrutta. Nei Super Piccoli l'unico reparto stabile è il Pet care, tutti gli altri sono in calo (con il freddo che registra la migliore performance 0,8pti).
- In quanto a Vendite Perse, Febbraio registra un decremento dell'indicatore in tutti i canali pari a 0,4pti, con cali generalizzati in tutti i reparti.
- Il dato complessivo del 2016 mostra su tutti i canali una tendenza positiva per la % di Vendite Perse rispetto al 2015: gli 0,5pti a Totale Italia (con VP al 4,1%), sono più accentuati nei Super (-0,8 nei >1200mq, -0,6 nei <1200mq), con il Freddo, Fresco, Bevande ed Ortofrutta che segnano un miglioramento più accentuato nei Super Grandi con -1pto.

Executive Summary – Tavole di Sintesi



INDICOD-ECR

OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

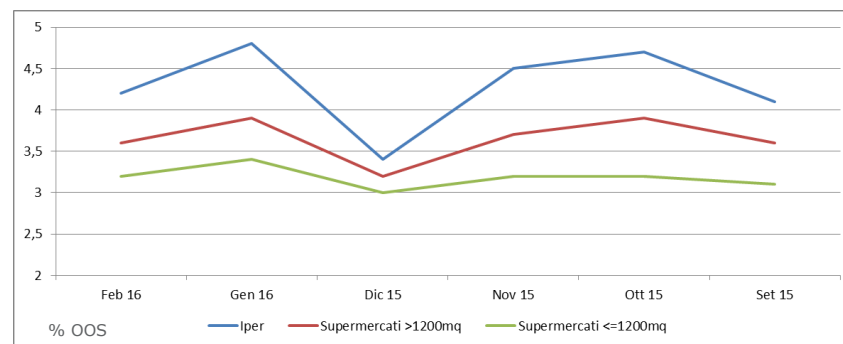
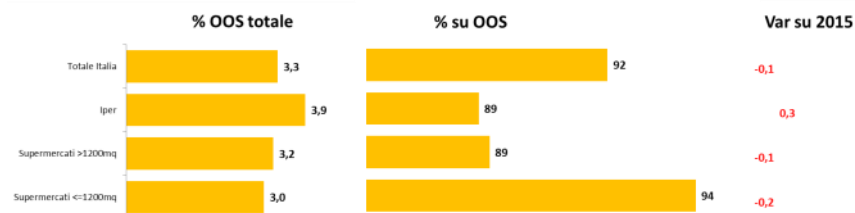
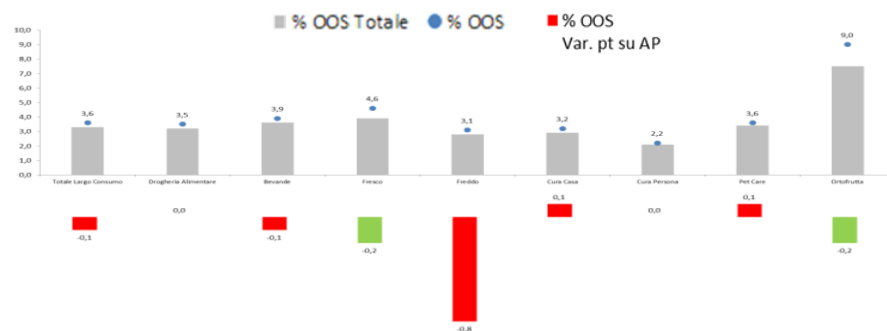
[Legenda](#)

Mese	Febbraio 2016							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,5	4,1	4,2	4,8	3,6	3,8	3,2	3,9
Drogheria Alimentare	3,3	3,9	4,2	4,8	3,4	3,6	2,8	3,7
Bevande	3,8	3,6	4,5	3,9	3,9	3,4	3,4	3,7
Fresco	4,5	3,8	5,3	4,8	4,4	3,4	4,2	3,9
Freddo	3,0	3,5	3,8	4,3	3,1	3,2	2,6	3,5
Cura Casa	3,2	4,4	4,2	5,1	3,2	4,0	2,7	4,0
Cura Persona	2,4	4,1	2,9	4,6	2,3	3,9	1,9	3,7
Pet Care	3,7	3,9	3,9	4,4	3,7	3,7	3,6	3,5
Ortofrutta	8,8	6,5	9,2	7,7	9,1	6,4	8,3	6,0

% OOS Totale e Parziale

Zero Sales all'92% e stabilità rispetto al 2015

- Nei primi due mesi del 2016 la % di OOS si è attestata al 3,6%, in leggera diminuzione rispetto al 2015: -0,1
- Se esaminiamo livelli e tendenze delle due componenti dell'OOS - l'OOS Totale (o *Zero Sales* - Vendite a Zero) e l'OOS Parziale (o Abnormally Low Sales, Vendite Eccezionalmente Basse) osserviamo come la loro incidenza varia notevolmente tra Canali e tra Reparti, non così la tendenza.
- A Totale Italia, l'incidenza dell'OOS Totale è pari al 92% delle occorrenze - con picchi in particolare nella Cura Persona e Pet Care, mentre all'estremità opposta si collocano Fresco ed Ortofrutta con incidenze dell'85 e 83%. La variazione rispetto al 2015 è molto contenuta (tra 0,1 e 0,2 pti) con l'eccezione del Freddo che conferma i positivi segnali di riduzione dell'OOS (-0,8pti).
- Nei canali la tendenza è confermata, nei Super con lievi variazioni rispetto al 2015; le superfici grandi (Iper e Super >1200mq) mostrano una % di Vendite OOS a Zero intorno all'89%, mentre soffrono le superfici più piccole (94%).
- Nel corso dell'anno osserviamo andamenti altalenanti. Nel periodo Dicembre-Novembre mostra un tasso in decremento, con una diminuzione del Tasso % di OOS dove raggiunge i valori più bassi a Dicembre (3% nei super piccoli, 3,2 Super Grandi e 3,4 Iper) per poi risalire bruscamente a Gennaio e ridiscendere nuovamente a febbraio.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Febbraio 2016

